



Sand-Sommer-Sonne-Sport-Spaß... an der Uni Bayreuth!

3. Auflage des „Summer Feelings 2016“ auf dem Campus

Wenn der Sommer nicht zu uns kommt, holen wir ihn einfach! So dachten bereits 3 Spökos 2012 als sie zum ersten Mal das „Summer Feeling“ auf dem Campus veranstalteten. Dieses Jahr erfährt dieses außergewöhnliche Event, welches weit über die universitären Grenzen hinausgeht, seine 3. Auflage. 700 Tonnen Sand werden das Bayreuther Campusrondell vom 12. bis 24. Juni 2016 in eine phantastische Strandkulisse verwandeln, mit Lounges und einem Beachbiertgarten sowie mehreren Spielfeldern für sportlich-spannende Wettkämpfe.

In enger Zusammenarbeit mit dem Institut für Sportwissenschaft bzw. dem Lehrstuhl II Sport Governance und Eventmanagement unter Leitung von Prof. Dr. Markus Kurscheidt und dem Hochschulsport, finden im Rahmen des Summer Feelings die Deutschen Hochschulmeisterschaften im Beachvolleyball sowie im Beachsoccer statt. Es werden über 350 Sportlerinnen und Sportler aus ganz Deutschland am Bayreuther Unistrand erwartet!

Um die sportlichen Spitzenleistungen genießen zu können, erwartet die Besucher eine richtige Stadionatmosphäre mit großer Fantribüne, die für die Wett-

kämpfe am Unistrand beste Stimmung garantiert. Zur Fußball-Europameisterschaft scheidet das 35-köpfige Orga-Team weder Kosten noch Mühen: Ein 15 Quadratmeter großer LED-Screen wird für reichlich Emotionen beim Public Viewing im Campusrondell sorgen – die Bayreuther Fanmeile ist bereit für spannende und stimmungsvolle Deutschlandspiele!

Aber nicht nur die Sportler und ihre Fans kommen auf ihre Kosten. Das abwechslungsreiche Programm hat für jeden etwas zu bieten: Der Fashion- und Designmarkt lädt zum Stöbern und Schnäppchenjagen ein, am Fitness- und Gesundheitstag wird die Bikinifigur verfeinert und am großen Familientag vergnügt sich Alt und Jung bei vielfältigen Attraktionen. Und am Abend? Zusätzlich zum Public Viewing der Deutschlandspiele erwartet die Besucher ein Kulturprogramm aus Poetry Slam, Open Air Kino, Live Band Auftritten und Cocktailabend. Ob alt oder jung, ob Sportler oder Zuschauer, ob an der Strandbar, im Beachbiertgarten oder auf dem Spielfeld – jeder soll das „Summer Feeling am Unistrand“ fühlen!

Sämtliche Veranstaltungen sind kostenfrei!

Allen, die am Gelingen dieses einzigartigen Events beteiligt sind, gilt es einen ganz großen Dank auszusprechen und zu hoffen, dass es noch viele „Summer Feelings“ am Bayreuther Unistrand gibt!

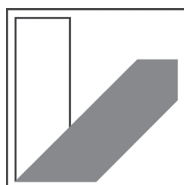
Einen detaillierten Überblick über das Event gibt es unter www.unistrand-bayreuth.de



Inhaltsverzeichnis

3. Auflage des „Summer Feelings 2016“	S. 1
Elite-Programm mit der Ohio University	S. 2
Forschungsnetzwerk „Capital-4Health“	S. 3 - 4
EASM Summer School	S. 5
Spöko-Examensball	S. 6
SpoeConnect	S. 7
SpoeConnect Excursion	S. 7 - 8
Fokusreihe „Engagement Platforms“	S. 9
Chancen und Risiken einer vernetzten Welt	S. 10 - 11
MBA Europe	S. 12

Elite-Programm mit der Ohio University



In Kooperation mit der Ohio University bietet die Universität Bayreuth voraussichtlich ab dem Wintersemester 2016/17 einen Doppelabschluss für interessierte Sportökonomie-Studierende an. Dabei können die Abschlüsse „MBA – Master of Business Administration“ sowie der M.Sc. „Sportökonomie“ erlangt werden.

Den Kern der Doppelabschlüsse bildet die interdisziplinäre und internationale Ausrichtung, die u.a. durch die aktive fakultäts- und länderübergreifende Beteiligung der Lehrstühle sowie vor allem durch den gegenseitigen Studierendenaustausch deutlich wird. Somit wird das einzigartige Bayreuther Konzept des Studiengangs Sportökonomie mit seiner Verbindung von Sportwissenschaft, Betriebswirtschaftslehre und Rechtswissenschaft durch die Beteiligung der renommierten Ohio University mit einem internationalen Charakter verstärkt.

Ohio University

Die Ohio University hat eine knapp 50-jährige Erfahrung im Bereich Sportmanagement und war eine der ersten Universitäten, die diesen spezialisierten akademischen Studiengang angeboten hat. Sie ist beständig unter den Top 2 Prozent der öffentlichen amerikanischen Universitäten gerankt und genießt einen hervorragenden Ruf, der beispielsweise durch die Beurteilung des „U.S. News & World Report“ mit hervorragenden Noten geehrt wurde.

Das „Department of Sports Administration“ ist Teil des „College of Business“, was ein klarer Vorteil gegenüber anderen Sportstudiengängen ist. Mehr als 85% der ca. 1.400 Absolventen arbeiten derzeit in Schlüsselpositionen in ihren jeweiligen Unternehmen.

Der Sportmanagement Studiengang der Ohio University gliedert sich ähn-

lich dem der Universität Bayreuth in ein Undergraduate Program (Bachelor) und ein Masterstudium. Der Undergraduate Sport Management Studiengang an der Ohio University bereitet die Studierenden in acht Semestern akademisch und praktisch auf eine erfolgreiche Laufbahn in der Sportindustrie vor. Er schließt mit dem Bachelor of Science in Sport Management ab. Im zweisemestrigen Master of Sports Administration (MSA) werden die Studierenden auf Führungsaufgaben vorbereitet.

Zu den typischen Berufsfeldern gehören Arbeitsplätze im professionellen Sport, bei Sportmedien, in Sportorganisationen sowie in der Sportunterhaltungsindustrie, aber bspw. auch Veranstaltungsstätten mit Management, Vertrieb, Marketing and Promotion und College Sport Administration.

Semester sowie eine bestimmte bereits erreichte ECTS-Punktzahl. Zusätzlich zu der erforderlichen Punktzahl wird die Eignung in einem studiengangsspezifischen Verfahren festgestellt. Zur Eignungsfeststellung werden außerdem ein Motivationsschreiben der Bewerber sowie ein persönliches Auswahlgespräch herangezogen. Insgesamt werden ca. 15 Studierende der Universität Bayreuth ausgewählt, die an dem Programm teilnehmen. Parallel dazu erfolgt eine Auswahl von 15 Sports Administration Studierenden der Ohio University durch die Ohio University. Die Zielgruppe der Doppelabschlüsse der Universität Bayreuth und der Ohio University sind demnach herausragende Kandidaten mit überdurchschnittlichem Engagement, hervorragenden Sprachkenntnissen und hohem Interesse für sportökonomische Fragestellungen.



Prof. Dr. John Nadeau (Ohio University), Prof. Dr. Herbert Woratschek (Universität Bayreuth) und Prof. Dr. Norm O'Reilly (Ohio University).

Das Ziel des Doppelabschlusses ist es, ein Elite-Programm für die Sportbranche zu kreieren, in dem mit der Universität Bayreuth und der Ohio University die beiden weltweit führenden Universitäten auf diesem Gebiet kooperieren.

Zielgruppe

Voraussetzung für die Bewerbung und Zulassung zu den Doppelabschlüssen zwischen der Universität Bayreuth und der Ohio University für Studierende der Universität Bayreuth ist ein Bachelorstudium Sportökonomie im zweiten

Aktueller Stand

Aktuell arbeiten beide Universitäten an der Finalisierung der Rahmenbedingungen sowie der operativen Umsetzung des Konzeptes. Hierzu kamen Vertreter der Ohio University zu Gesprächen Mitte Mai nach Bayreuth. Geplant ist ein Startzeitpunkt zum kommenden Wintersemester 2016/17.

Kontakt

Prof. Dr. Herbert Woratschek,
Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement.

Forschungsnetzwerk „Capital4Health“

Universität Bayreuth ist Partner im bundesweiten Forschungsnetzwerk „Capital4Health“

Gesund leben – wie geht das? Was kann man privat und im beruflichen Leben tun, um seine Gesundheit zu erhalten und zu stärken? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt des bundesweiten Forschungsnetzwerks ‚Capital4Health‘, das von 2015 bis 2018 vom BMBF mit rund 2,7 Millionen Euro gefördert wird.

Der breit angelegte Forschungsverbund zur Primärprävention und Gesundheitsförderung zielt darauf ab, in einer Vielzahl von Lebensbereichen die Voraussetzungen für einen aktiven gesundheitsfördernden Lebensstil zu stärken – sei es in der Gemeinde, im Kindergarten, im Altenheim, im Unternehmen oder in der Schule. Im

Zentrum steht dabei, wie der Einzelne befähigt werden kann, nachhaltig aktiv zu leben.

Zwei Teilprojekte des Forschungsnetzwerkes sind an der Universität Bayreuth angesiedelt. Die beiden Projekte, in denen es um die Gesundheit und Fitness von Schülerinnen und Schülern bzw. von Männern 50+ geht, werden für drei Jahre mit insgesamt rund 230.000 Euro gefördert. Für die Universität Bayreuth koordiniert der Lehrstuhl für Sozial- und Gesundheitswissenschaften des Sports die Teilprojekte ‚Health.edu‘ und ‚Action for men‘ unter der Leitung von Prof. Dr. Susanne Tittlbach.

- Im Teilprojekt ‚Health.edu‘, das gemeinsam mit Sportwissenschaftlern der Universitäten Erlangen-Nürnberg und Augsburg durchgeführt wird, sollen Schülerinnen und Schülern Kompetenzen vermittelt werden, wie die eigene Gesundheit und Fitness durch Sport nachhaltig gesteigert und erhalten werden kann. Mit dem Ziel, ein diesbezügliches Konzept für den Sportunterricht zu entwickeln und umzusetzen, kooperiert die Bayreuther Projektleitung mit dem Bayerischen Kultusministerium und mit Schulen in Oberfranken.

- Im Teilprojekt ‚Action for men‘, das gemeinsam mit der medizinischen Soziologie der Universität Regens-



Das Projektteam des Lehrstuhls für Sozial- und Gesundheitswissenschaften des Sports mit Dr. Helmut Strobl, Prof. Dr. Susanne Tittlbach (Leitung) und Katharina Heß (v.l.n.r.).

burg durchgeführt wird, soll die körperlich-sportliche Aktivität bei Männern im Alter über 50 Jahren gefördert werden. Um diese Zielgruppe nachhaltig zu motivieren, werden in zwei oberpfälzischen Gemeinden geeignete Angebote vor Ort entwickelt. Dies geschieht in enger Kooperation mit regionalen staatlichen Behörden sowie mit Sportverbänden und -vereinen. Die Stadtverwaltung von Sulzbach-Rosenberg, das Gesundheitsamt Amberg-Sulzbach sowie die AHS Amberg-Sulzbach sind als Partner in dieses Projekt ebenso einbezogen wie der Bayerische Turnverband (BTV) und der Deutsche Turnerbund (DTB).

„Es ist sehr zu begrüßen, dass das Bundesministerium für Bildung und Forschung die Initiative für ein bundesweites Forschungsnetzwerk ergriffen hat, das Partner mit ganz unterschiedlichen Kompetenzen und Erfahrungen zusammenbringt“, erklärt Prof. Dr. Susanne Tittlbach. „So können wir im wechselseitigen Erfahrungsaustausch fundierte Antworten auf eine dringende gesundheitspolitische Herausforderung erarbeiten: nämlich weite Bevölkerungskreise zu einem aktiveren Lebensstil motivieren.“

Auf dem Weg dorthin sei es unerlässlich, dass jeder Einzelne Kompetenzen ausbildet, die für einen aktiven Lebensstil notwendig sind. Erst, wenn diese vorhanden sind, kann dem zunehmenden Bewegungsmangel in Arbeitswelt und Privatleben entgegengewirkt, das individuelle Wohlbefinden erhöht und so dem weiteren Anstieg der sogenannten Volkskrank-

heiten vorgebeugt werden. Dadurch werde nicht allein die Lebensqualität der Menschen erhöht, sondern das Gesundheitssystem könne auch von vermeidbaren Kosten entlastet werden. „Es ist Zeit, dass wir die Gesundheitsversorgung in Deutschland viel stärker und nachhaltiger auf das Ziel der Gesundheitsförderung ausrichten, als dies bisher geschehen ist“, erklärt Prof. Dr. Susanne Tittlbach, die seit dem 1.4.2014 den Lehrstuhl für Sportwissenschaft III – Sozial- und Gesundheitswissenschaften des Sports an der Universität Bayreuth innehat.

Zusatzinfos:

Die beiden Bayreuther Teilprojekte von ‚Capital4Health‘ befinden sich momentan mitten in der Arbeitsphase. Es haben verschiedene Treffen mit den jeweiligen Beteiligten stattgefunden, in denen Ziele und konkrete Umsetzungsideen für die Projekte entwickelt wurden.

Projekt ‚Health.edu‘: An den Schulen wird bspw. zusammen mit Sportlehrkräften, Schülerinnen und Schülern sowie der Schulleitung geplant, wie sich Schüler ein individuelles Fitnessprogramm selbstständig erarbeiten können, mit dem sie sich gezielt auf den anstehenden Skikurs vorbereiten. Ein anderes Thema ist, wie der Zusammenhang zwischen Ernährung und Bewegung mithilfe von neuen Medien im Sportunterricht umgesetzt werden kann. Im Fokus des Teilprojektes stehen hierbei die Sportlehrkräfte, die zu Beginn des Projektes interviewt und im Sportunterricht beobachtet wurden, um das didaktische Handeln der Sportlehrkraft im Hinblick auf Gesund-

heit und Fitness wissenschaftlich analysieren und begleiten zu können.

Projekt ‚Action for men‘: Für die Bewegungsförderung der Männer 50+ wurde zunächst eine umfassende Bedarfserhebung in der Zielgruppe der Region über einen standardisierten Fragebogen durchgeführt. Ein zentrales Ergebnis der Umfrage, nämlich eine verbesserte Informationslage über die bereits vorhandenen Möglichkeiten für Sport und Bewegung in Sulzbach-Rosenberg, wurde von dem Arbeitskreis bereits aufgegriffen. So wird u.a. angestrebt, das gesamte Bewegungsangebot der Region sowohl inhaltlich als auch zeitlich aufeinander abzustimmen und in einem Info-Portal für alle Interessierten zugänglich zu machen. Im Rahmen einer ‚Bewegungsmesse‘ sollen zudem Gelegenheiten zum Ausprobieren geschaffen werden, damit sich Neueinsteiger für ein passendes Angebot entscheiden können. Außerdem sollen über Interviews vertieft die Bedürfnisse von bewegungsabstinenten Schichtarbeitern und ehemaligen Vereinsaktiven untersucht werden, um die Gründe für ihr inaktives Verhalten besser zu verstehen.

Das bundesweite Forschungsnetzwerk ‚Capital4Health‘ wird von 2015 bis 2018 vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) mit rund 2,7 Millionen Euro gefördert. Die Gesamtprojektleitung liegt bei Prof. Dr. Alfred Rütten von der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. (st, kh, hs)

EASM Summer School

Studierende aus 8 Nationen zu Gast in Bayreuth



Die Universität Bayreuth hat auch im Jahr 2016 die langjährige Kooperation mit der European Association for Sport Management (EASM) fortgesetzt und bereits zum siebten Mal die EASM Summer School veranstaltet. 54 Teilnehmer aus acht Nationen nahmen über das verlängerte Pfingstweekende an der Veranstaltung teil und bekamen ein spannendes und abwechslungsreiches Programm innerhalb und außerhalb des Hörsaals geboten.

Unter dem Motto "Lead, Don't Follow – Sport Marketing: A Global Perspective" erwartete die Teilnehmer der 7. EASM Summer School ein abwechslungsreiches Programm rund um das Feld des Sportmanagements- und Marketing. So wurden in Vorlesungen verschiedenste Aspekte aus sportökonomischer Wissenschaft und Praxis behandelt und mit internationalen For-

schern diskutiert. Neben aktuellen und ehemaligen Mitarbeitern des Lehrstuhls für Dienstleistungsmanagement von Prof. Dr. Herbert Woratschek waren außerdem hochangesehene internationale Gastdozenten, wie Prof. Dr. Norm O'Reilly und Prof. Dr. John Nadeau (beide Ohio University) vor Ort, um den Studierenden Einblicke in ihre Forschungsbereiche zu geben und vor allem in den Austausch zu treten.

Ein besonderes Highlight stellte das EASM Summer School Panel am Samstagmittag dar. Dabei diskutierten Prof. Dr. Marijke Taks (University of Windsor), Prof. Dr. Lorn Sheehan (Dalhousie University), Prof. Dr. Norm O'Reilly, Phillip Galewski (Geschäftsführer von medi Bayreuth) sowie Prof. Dr. Herbert Woratschek mit den Studierenden über die Herausforderungen, denen es sich für den Berufseinstieg zu stellen gilt und wie man diesen auf effiziente Weise begegnen kann.

Neben akademischen Inhalten hatte die Summer School auch ein umfang-

reiches Rahmenprogramm zu bieten, das dem Netzwerkgedanken einer solchen Veranstaltung mehr als gerecht wurde. Abendveranstaltungen wie der Besuch des Bayreuther Volksfestes oder das gemeinsame BBQ am Sonntagabend trugen zum interkulturellen Austausch und dem gesamten Erfolg der Summer School bei.

Den krönenden Abschluss stellte die Exkursion zum adidas Global Headquarter in Herzogenaurach dar. Die Teilnehmer bekamen eine exklusive Tour über den Campus einer der weltweiten Top-Marken im Sportbusiness, abgerundet durch einen Besuch im adidas Outlet.

Fazit: „Great people, great networking, amazing experience“ (Nathan, 23, Canada) – dem können sich die Organisatoren nur anschließen. Die 7. EASM Summer School war sowohl aus organisationaler, sozialer als auch fachlicher Sicht ein voller Erfolg. (jm, mb)



Spöko-Examensball

Am 28. Mai war es wieder soweit – der Spöko Examensjahrgang öffnete seine Pforten zum Abschlussball in der Bayreuther Stadthalle. Die Konkurrenzveranstaltung zum Finale der UEFA Champions League versprach einmal mehr ein ganz besonderes Spektakel zu werden – und eine absolute Pflichtveranstaltung für jeden Spöko.

Die Vorbereitungen liefen die letzten Wochen auf Hochtouren, das Motto SPÖKOLUTION versprach einmal mehr Gänsehautmomente, Leidenschaft und Herzklopfen. Für die einen war es das Ende des Bachelors und gleichzeitig der Anfang des Masters, für die anderen war es das Ende einer unvergesslichen Zeit in Bayreuth – wobei es ein wirkliches Ende wahrscheinlich nie geben wird. Zu wertvoll war die Studienzzeit, zu denkwürdig die Partys und zu großartig die Freundschaften, die entstanden sind.

Der diesjährige Examensjahrgang fand sich zum ersten Mal beim gemeinsamen Fotoshooting für den legendären Spö-

ko-Kalender zusammen. Ein bitterkalter Samstagmorgen im November, an dem sich die Absolventen à la Adam und Eva auf dem Sportplatz der Universität versammelten, markierte den Startschuss für die aufwendigen Ballplanungen. Die Motive reichen anschließend von schweißtreibenden Kletterszenen in der fränkischen Schweiz über heiße Football-Posen auf den universitären Sportplätzen bis hin zu athletischen Wasserspielchen in den städtischen Schwimmanlagen.

Drei Wochen vor dem Ball sind die meisten Kalender verkauft, die letzten Partys zur Finanzierung geschmissen, die ersten Tänze einstudiert und die letzten Filme für die Show fertig gestellt. Die Hobbyfinanzmanager, Filmemacher, Tanztrainer, Partymanager und Bühnenbildner unter den Spökos legten sich wochenlang mächtig ins Zeug, um nicht nur ihren Familien und Freunden, sondern auch den vielen Professoren und anderen universitären Unterstützern zumindest einen kleinen Teil von all dem zurück zu geben,

von dem jeder Spöko die letzten Jahre zehren durfte. Ohne die Unterstützung dieser Personen wäre nicht nur der Abschlussball, sondern die gesamte, so unvergessliche Zeit in Bayreuth niemals möglich gewesen.

Auf der anschließenden Party im Herzkeller wich das organisatorische Meisterwerk zwischen Abschlussarbeit, Job-Bewerbung und dem Eintreiben der letzten Noten wieder der spökischen Gruppendynamik, der feierlichen Romanze und der Eskalation. Als die ersten Krawatten beiseite gelegt wurden, die obersten Knöpfe geöffnet wurden und das erste Bier auf den Anzugschuhen klebte, nahm langsam das Gefühl der Erleichterung überhand. Als die ersten Highheels den Sneakern aus der Handtasche wichen, Kolo und Yaya Touré ihr musikalisches Tribut bekamen und die ersten Professoren auf der Tanzfläche eintrafen, wurde einem wieder klar, wie unvergesslich dieses geile Studium mit all seinen tollen Facetten eigentlich ist – und war.



Gastvortrag Internationalisierung

Das Themenfeld der Internationalisierung beschäftigt längst nicht ausschließlich rein wirtschaftliche Unternehmen. Vielmehr hat die Internationalisierung und alle damit verbundenen Aspekte längst Fuß in der professionellen Sportindustrie gefasst. In diesem Zusammenhang konnte SpoeConnect am 28. April 2016 Dr. Daniel Maderer von der FAU Nürnberg Erlangen für einen spannenden Vortrag an der Universität Bayreuth gewinnen.

Dr. Maderer verfasste seine Dissertation über die Internationalisierung bei Fußballvereinen und kann neben seiner theoretischen Expertise zahlreiche Praxiserfahrungen, u.a. bei FC Schalke 04 und Puma, aufweisen. Er

versicherte den anwesenden Sportökonominnen und Gästen daher einen abwechslungsreichen und zugleich praxisnahen Vortrag.

Der gebürtige Nürnberger informierte die Zuhörer kurz über allgemeine Aspekte der Internationalisierung, bevor er gemeinsam mit den Studierenden den Sprung zum Fußball meisterte. Angefangen mit Chancen und Herausforderungen bis hin zur Digitalisierung im professionellen Sport verschaffte er dem Auditorium einen umfangreichen Einblick in die Internationalisierungsstrategien von Vereinen.

Auch die Bedeutung des Begriffs Satelliten-Fans ließ Dr. Maderer an-

klingen. Diese sind für das globale Produkt und die global angesiedelten Fans von Bedeutung. Als Beispiel fügte er Manchester United an, dessen Fans weltweit vertreten sind. Auch im globalen Vergleich kleinere Vereine wie die TSG Hoffenheim unternehmen Aktivitäten, die weit über die deutschen Landesgrenzen hinaus gehen, um neue Fans zu gewinnen. Eine Maßnahme, die viele Vereine nutzen, um potenziellen Fans näher zu kommen, sind z.B. Freundschaftsspiele in aussichtsreichen Ländern bzw. Märkten. So reiste der FC Bayern München in Kooperation mit Audi nach China. Nach dem Vergleich der Bundesliga mit anderen europäischen Ligen ging der Vortrag in eine interaktive Fragerunde über. (fb, rs)

SpoeConnect Exkursion

Die Exkursion im vergangenen Herbst führte 16 angehende Sportökonominnen vom 11. bis 13. November 2015 in die Schweiz nach Bottighofen sowie Zürich und auf dem Rückweg nach Freiburg. Dabei standen Besuche bei Blackroll, dem Schweizer Laufschuhhersteller On, der FIFA und dem SC Freiburg auf dem Programm.

Bereits zwei Tage vor Exkursionsbeginn trafen sich die Teilnehmer im Sportinstitut, um den Besuch bei der FIFA vorzubereiten. Nach Absprache mit Spöko-Alumnus Christian Volk erarbeitete die Gruppe im Themenkomplex „Fan Engagement“ diverse Ideen, um sie anschließend der FIFA im Hauptquartier am Zürichberg zu präsentieren.

Der eigentliche Auftakt der Exkursion fand am 11. November bei Blackroll in Bottighofen, in der Nähe von Konstanz, statt. Dort wurden die Spökos von Geschäftsführer Dr. Axel Jockwer und Vertriebsleiter Thomas Viegner

in der Gemeindeturnhalle begrüßt. Dr. Jockwer berichtete nicht nur über ein neues Verständnis der menschlichen Muskulatur, sondern auch über die stärkere Konzentration im Sport auf Erholung und Regeneration. Im Mittelpunkt steht dabei ein verknüpftes Netz von Faszien. Dieses kann man durch ein sogenanntes Faszientraining aktivieren. Gemeinsam mit einem Blackroll-Coach konnten die Exkursionsteilnehmer im Anschluss eigene Erfahrungen im Faszientraining sammeln und verschiedene Produkte testen. Nach der Trainingseinheit zeigte Thomas Viegner die verschiedenen Vertriebswege auf und führte durch die an eine WG erinnernde Zentrale von Blackroll.

Den kompletten zweiten Tag waren die Exkursionsteilnehmer zu Gast bei On, in der Züricher Zentrale des Schweizer Laufschuh-Start-Ups. 2010 im Dreier-Team um den mehrfachen Duathlon-Weltmeister und Ironman-Sieger Olivier Bernhard gegründet,

arbeitet On seither an der Vision des perfekten Laufschuhs. Nach einführenden Worten durch Claudio Jampen (Leiter HR & Controlling) und einer kurzen Vorstellungsrunde wurden die frisch bezogenen Räumlichkeiten bei einem Rundgang gezeigt, in denen der Großteil der weltweit über 100 Mitarbeiter Platz findet. Anschließend berichtete Nils Altrogge aus der Abteilung Research und Development vom Entwicklungsprozess eines neuen Schuhs und welche technologischen Besonderheiten in einem Laufschuh von On stecken. So zum Beispiel die an der Sohle angebrachten Clouds, die sowohl eine Dämpfung in horizontaler, als auch vertikaler Richtung gewährleisten. Die Clouds sollen gleichzeitig eine optimale Dämpfung sowie einen harten Abstoß garantieren und dies bei sehr geringem Gewicht. Bei einer Laufeinheit entlang der nahe gelegenen Limmat wurden verschiedene Modelle wie der Cloud, der Cloudflyer und der Cloudsurfer auf die Probe gestellt. Nach der Sporteinheit und der

SpoeConnect Exkursion

Mittagspause berichtete zunächst Lisa Binkert aus dem Trademarketing über das Marketingkonzept am Point of Sale und anschließend erläuterte Martin Borgenheimer (Vertriebsleiter DACH) die grundsätzliche Positionierung von On sowie diverse Vertriebskennzahlen.

Am Freitagvormittag ging es für die Exkursionsgruppe zum FIFA-Hauptquartier. Alumnus und SpoeConnect-Mitbegründer Christian Volk begrüßte die Studierenden und gab eine Führung über das beeindruckende Areal. Dabei wurde unter anderem auf architektonische Besonderheiten aufmerksam gemacht. So stehen zum Beispiel die sechs verschiedenen Bodenbeläge für die einzelnen Kontinentalverbände. In einer offenen Diskussion lud Volk, inzwischen Head of Strategic Development der FIFA Marketing Division, dazu ein, kritische Fragen zur FIFA-Krise zu stellen und erläuterte dabei seine Sichtweise und Erlebnisse rund um die Geschehnisse. Danach wurde der Aufbau der FIFA und deren verschiedenen Arbeitsbereiche vorgestellt. Dabei wurde verstärkt auf das Marketing, dessen Untergliederung und Ausschnitte

aus der täglichen Arbeit eingegangen. Nach dem Mittagessen waren dann die Studierenden gefordert. Sie stellten die zahlreichen Ideen und Ansatzpunkte vor, welche sie im Vorgang der Exkursion zum Thema „Football, Fans and FIFA's - Concepts to deepen FIFA's fan engagement“ erarbeitet hatten. Während sich je eine Gruppe auf online- respektive offline-Lösungen fokussierte, bestand der Lösungsansatz der dritten Gruppe darin, die bereits bestehenden Konzepte zu verbessern. Das anschließende Feedback und die Diskussion rundeten den Besuch im Home of Football ab.

Von Zürich ging es am Nachmittag des dritten Exkursionstages weiter nach Freiburg zum damals noch in der zweiten Fußballbundesliga spielenden SC Freiburg. Einen intensiven Einblick in die Nachwuchsarbeit des Vereins gab der Leiter des Nachwuchsleistungszentrums Andreas Steiert, insbesondere zur Strategie, Organisation und Philosophie die der SC Freiburg im Jugendbereich verfolgt. Außerdem wurden Fragen bezüglich der Talentdiagnose bei Nachwuchsfußballern geklärt und

welche Unterschiede es zwischen den Bundesligavereinen in der Jugendförderung gibt. Zum Abschluss berichtete Vorstand Sport Jochen Saier von den Standortfaktoren und der damit verbundenen Ausrichtung als Ausbildungsverein. Saier begann seine Karriere beim SC als Nachwuchskordinator und arbeitete seit April 2013 als Sportdirektor, bevor er im November 2014 zum Vorstand Sport ernannt wurde. Der Alumnus des Examensjahrgangs 2003 wagte außerdem noch einen Ausblick in die Zukunft des Sportclubs, bei dem vor allem der Stadionbau mit seinen Herausforderungen, Problemen und Finanzierungsvorhaben im Mittelpunkt steht. Nach drei intensiven Tagen voller Eindrücke aus der Praxis, konkreteren Berufsvorstellungen und vielen neuen Kontakten ging es anschließend zurück nach Bayreuth. (fb, rs)



Erfolgreiche Fokusreihe „Engagement Platforms“

Verleihung der Ludwig-Erhard Stiftungsprofessur sowie innovative Workshops für Wissenschaftler und Praktiker fanden Anfang Juni 2016 an der Universität Bayreuth statt.

Professor Roderick J. Brodie, University of Auckland, erhält die Ludwig-Erhard-Stiftungsprofessur 2016. Im Rahmen der Fokusreihe „Engagement Platforms“ veranstaltete die Universität Bayreuth zusätzlich den Wissenschaftler-Workshop „Interdisciplinary Research Perspectives for the Share Economy“ und den Praktiker-Workshop „Towards Engagement Platforms“.

Eine besondere Universität zeichnet sich durch besondere Ereignisse aus. Dass die Universität Bayreuth zu diesem Kreis gehört, bewies sie erneut in der ersten Juniwoche 2016. In Kooperation der Stiftung Internationale Unternehmensführung Bayreuth mit dem Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement und dem Profildfeld „Innovation und Verbraucherschutz“ wurde die dreitägige Fokusreihe „Engagement Platforms“ organisiert und erfolgreich durchgeführt.

Den Höhepunkt bildete die Verleihung der Ludwig-Erhard-Stiftungsprofessur an den renommierten neuseeländischen Wirtschaftswissenschaftler Prof. Roderick J. Brodie. Diese Auszeichnung wird in unregelmäßigen Abständen seit 1996 von der Stiftung Internationale Unternehmensführung Bayreuth vergeben.

Mit Prof. Brodie konnte der herausragende Wissenschaftler und Wegbereiter des innovativen, in Wissenschaft und Praxis höchstrelevanten Forschungsfeldes „Engagement Platforms“ für die Ludwig-Erhard-Stiftungsprofessur und für einen Aufenthalt an der Universität Bayreuth gewonnen werden.

Zur festlichen Inaugurationsfeier am 01. Juni 2016 im H24 des RW I erschienen zahlreiche geladene renommierte Gäste und Professoren. Unter

ihnen der Preisträger des Jahres 2010, Professor Stephen L. Vargo, Mitbegründer der sog. „Service-Dominant-Logic“. Nach einer Begrüßungsrede durch den Präsidenten der Universität Bayreuth, Prof. Stefan Leible, wurde Prof. Brodie mit einer Laudatio von Prof. Herbert Woratschek und der anschließenden Übergabe einer Urkunde geehrt. Der Festvortrag von Prof. Brodie zum Thema „Challenges for Marketing in the Contemporary Business Environment“ lockte auch einige interessierte Studierende in den Hörsaal. Umrahmt wurde die Inaugurationsfeier durch musikalische Beiträge eines Ensembles des Sinfonieorchesters der Universität Bayreuth. Im Anschluss fand ein geselliger Empfang im Foyer des RW I mit Häppchen und Getränken statt, der von den Gästen zum wissenschaftlichen Austausch und zu angeregten Gesprächen genutzt wurde.

und anschließend aus juristischer Sichtweise betrachtet. Im Anschluss daran fanden qualitativ hochwertige Diskussionen statt, die interdisziplinäre Gedanken und Ergebnisse herausstellen konnten, ehe die Teilnehmer sich am Abend zu einem lockeren Come-Together im Restaurant Eule einfanden.

Den Abschluss der Fokusreihe bildete der Manager-/Praktiker-Workshop am Freitag, 03. Juni 2016 zum Thema „Towards Engagement Platforms“. Hierzu versammelten sich Vertreter aus der Praxis, um unter Anleitung von Prof. Brodie und der Doktorandin Julia Fehrer in Gruppenarbeit die Relevanz der „Engagement Platforms“ und des „Customer Engagements“ für Praxis-Geschäftsmodelle herauszuarbeiten. Neben interessanten Diskussionen bot die innovative Thematik einen informativen Austausch zwischen Managern und Wissenschaftlern.



Feierliche Übergabe der Ludwig-Erhard-Stiftungsprofessur 2016 an Prof. Brodie (Mitte) durch den Stiftungsratsvorsitzenden Dr. Strunz (links) und den Stiftungsvorstandsvorsitzenden Prof. Woratschek (2. v. links) sowie Ehrengast Prof. Vargo (rechts) und den Präsidenten der Universität Bayreuth Prof. Leible (2. v. rechts)

Zum weiteren Programm der Fokusreihe gehörte der Wissenschaftler-Workshop am Donnerstag, 02. Juni 2016. Zum Thema „Interdisciplinary Research Perspectives for the Share Economy“ trafen sich hochrangige wissenschaftliche Vertreter aus den Bereichen Wirtschaft und Jura. Dabei wurde in je einem Vortrag ein Themenschwerpunkt aus ökonomischer

Das durchweg positive Feedback für alle Veranstaltungen bestätigte die Organisatoren in dem positiven Eindruck, den die Fokusreihe bei den Teilnehmern und Gästen hinterlassen hat. Die Universität Bayreuth konnte sich somit wieder einmal von ihrer besonderen Seite zeigen. (hw, ms)

Chancen und Risiken in einer vernetzten Welt

Ein Beitrag von Christoph Macht (MLP Finanzdienstleistungen AG)

Digitale Technologien fordern von Unternehmen ein enormes Entwicklungstempo. Trends wie Cloud, Mobile, das Internet der Dinge und Big Data verändern die Art und Weise, wie Unternehmen mit ihren Kunden interagieren. Um relevant und wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen Unternehmen deshalb neue digitale Produkte und Services anbieten.

Digitalisierung bedeutet die Veränderung von Geschäftsmodellen durch die Verbesserung von Geschäftsprozessen aufgrund der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechniken.

Der Handel wird bereits seit Mitte der 90ziger Jahren stark durch die Auswirkungen der Digitalisierung beeinflusst. Es entstanden neue marktdominierende Unternehmen wie Amazon oder Ebay, die die enormen Wachstumschancen durch die Digitalisierung konsequent nutzen. Gleichzeitig verlieren etablierte Unternehmen durch disruptive Technologien Marktanteile oder werden komplett vom Markt verdrängt.

Die Grundig AG war ein Symbol des westdeutschen Wirtschaftswunders und galt lange Zeit als Traditionsunternehmen. Ende der 1980er Jahre hatte die Grundig AG noch über 28.000 Beschäftigte und unter anderem ein Werk in Bayreuth. 2003 waren im Unternehmen nur noch rund 3.500 Mitarbeiter angestellt und im gleichen Jahr wurde das Insolvenzverfahren eröffnet.

Das Unternehmen Eastman Kodak Company of New York wurde 1892 gegründet und war einst einer der bedeutendsten Hersteller für fotografische Ausrüstung weltweit. 1991 erzielte das Unternehmen einen Umsatz von 19,4 Milliarden US-Dollar und brachte mit der

„DC-100“ die erste Digitalkamera weltweit in den Handel. Bis 2008 baute Kodak 15.000 der damals 60.000 Arbeitsplätze ab und stellte 2012 die Produktion von Digitalkameras, Videokameras und digitalen Bilderrahmen ein. Heute arbeiten dort noch 7.300 Mitarbeiter.

Amazon und andere erfolgreiche e-Commerce Händler haben den Wandel in der Customer Experience und Customer Journey verstanden. Sie stellen den Kundennutzen in den Fokus der Geschäftsprozesse. Die langjährigen Kernkompetenzen des Einzelhandels, Einkaufserlebnis und Expertise hinsichtlich Kundenwünschen, wurden durch die Analyse und Auswertung von Kundenverhalten im Onlinebereich ersetzt. Dem Kunden wird nur noch das angeboten, wofür er sich interessiert oder was ihm einen direkten Nutzen bringen kann – allein auf Basis analytisch ausgewerteter Kundendaten.

Diese Organisationen und Unternehmen verfügen über gigantische Datenberge. Die neue Maßzahl hierfür sind Petabytes (1 Petabyte = 1.000 Terabyte). Die Unternehmen haben sich mit einer zunehmenden Vielfalt von Datenquellen und Datenformaten auseinanderzusetzen. Die unternehmensinternen Daten werden durch externe Daten ergänzt, beispielsweise aus den sozialen Netzwerken. Riesige Datenmengen müssen immer schneller ausgewertet werden, nicht selten in Echtzeit. Die Verarbeitungsgeschwindigkeit hat mit dem Datenwachstum Schritt zu halten. Damit sind folgende Herausforderungen verbunden: Analysen großer Datenmengen mit Antworten im Sekundenbereich, Datenverarbeitung in Echtzeit, Datengenerierung und Übertragung in hoher Geschwindigkeit. Mit möglichst automatisierten Verfahren sollen Muster,

Zusammenhänge und Bedeutungen aufgedeckt werden. Zum Einsatz kommen u.a. statistische Verfahren, Vorhersagemodelle, Optimierungsalgorithmen, Data Mining, Text- und Bildanalytik.

In einigen Anwendungsbeispielen wird der Nutzen von proaktiven Services in Echtzeit klar: Google prognostiziert, wie sich eine Grippewelle verbreiten wird. Online-Urlaubsreise-Anbieter erhöhen die Preise, je interessierter sie das Suchverhalten potenzieller Einkäufer einschätzen und Google Maps sagt uns, wann wir zu Hause sein werden.

Neue Unternehmen entstehen. Kredit-Tech ist eine „digitale Bank“. 2012 gegründet, liegt die KreditTech-Gruppe bei einem Umsatz von 55 Mio. USD. Das Team von über 200 Mitarbeitern aus 40 Nationen arbeitet an der Zukunft des „Algo-Banking“. Auf Basis von 15.000 Datenpunkten ermöglicht es die proprietäre Technologie, Kunden innerhalb von Sekunden zu akquirieren, identifizieren, scoren, auszuzahlen und ihnen weitere Produkte zu empfehlen. Automatisierte Prozesse kombiniert mit selbstlernenden Algorithmen sichern einen schnellen und verbrauchernahen Kundenservice, während Kosten und menschliche Fehler minimiert werden. Sieben Tage in der Woche, 24 Stunden am Tag erfolgen Kreditentscheidungen in 35 Sekunden. Die Auszahlung erreicht den Kunden in 15 Minuten. Bill Gates bringt das auf den Punkt: „Banking is necessary – banks are not“.

Eine Gartner Studie (2015) fasst zusammen: „Im Jahr 2018 werden digitale Unternehmen nur noch halb so viele Mitarbeiter benötigen, die sich ausdrücklich mit den herkömmlichen Geschäftspro-

zessen beschäftigen. Es entstehen über 500 Prozent zusätzliche digitale Schlüsseljobs und gleichzeitig werden die Prozesse bewährter Business-Modelle instabil.

Für die Arbeitswelt von morgen bedeutet das: Mitarbeiter und Führungskräfte werden in einem sich dramatisch schnell verändernden geschäftlichen Umfeld arbeiten. Die digitale Transformation wird Unternehmen verändern – oder es gibt sie nicht mehr. Wer sich nicht verändert, ist nicht mehr im Spiel. Studierende werden erleben, dass alles was sie heute lernen und heute stolz sind, morgen veraltet und wertlos sein wird. Der kleine Trailer „Did You Know 3.0“ (officially updated for 2012) zeigt dies in eindringlichen fünf Minuten und man findet ihn natürlich auf youtube.

Was bedeutet dies für den „Spöko“ der Zukunft? Was bedeutet dies für den Studierenden, die zukünftige Arbeitskraft und die mögliche berufliche Karriere? Wie müssen wir uns heute darauf vorbereiten um erfolgreich zu sein? Was wird überdauern?

Immer schnellere Innovationszyklen zwingen uns jetzt endgültig, das Berufsleben nicht als einen „Daseinszustand“ sondern als einen Prozess des Lernens zu verstehen. Das alte Idealbild etwas langfristig oder zumindest mittelfristig Konstantes zu schaffen, wird durch eine bisher nicht erlebte Dynamik der Realität ständig korrigiert. Wer sich nicht verändert, wer nicht lernt, wird erfolglos bleiben. Lernen heißt Ausbruch aus der Bisherigkeit, Ausbruch aus den alten „Erfahrungsgefängnissen“. Wer

das Leben und das Arbeitsleben als „Ganztagsschule ohne Ferien“ (frei nach Jens Corssen) begreift, wird auf Dauer wettbewerbs- und innovationsfähig bleiben. Menschen mit diesen Stärken werden eine führende Rolle im Arbeitsleben spielen.

Die erfolgreichen Sportökonomien werden Kunden verstehen, die Verfahren der Marktforschung und Statistik kennen und anwenden. Ihre analytischen Fähigkeiten denken in Bedingungen, in Ursachen-Wirkungsmodellen und in Prozessen. Daten werden in neue, noch nicht da gewesene, Verbindungen gebracht. Die Welt der Digitalisierung wird dann auch in der Welt des Sports erfolgreich Einzug halten. (cm)



Seit 06/2011
Bereichsleiter Beraterservice
MLP Finanzdienstleistungen AG,
Wiesloch

04/2004 – 05/2011
Bereichsleiter Qualitätsmanagement
MLP Finanzdienstleistungen AG,
Wiesloch

05/2001 – 03/2004
Vice-President Quality,
Business Unit Postpress
Heidelberger Druckmaschinen AG

06/1998 – 04/2001
Projektleiter,
Business Unit Customer Support
Heidelberger Druckmaschinen AG

bis 05/1998
Projektleiter, Beschwerdemanagement
Servmark Unternehmensberatung

Studium Sportökonomie,
Dipl.-SpOec. Universität Bayreuth



MBA SPORT MANAGEMENT (UNI BAYREUTH)

PUSH YOUR CAREER IN THE SPORTS BUSINESS

get the **international experience**
of studying sport management in
12 european cities at one of the
best sport management
universities - a unique program
for professionals - **work & study**
to **promote your career** - get in
contact with us!

WWW.MBA-
SPORTMANAGEMENT-
BAYREUTH.DE

Sportökonomie Uni Bayreuth e.V. | Universität Bayreuth | Institut für Sportwissenschaft | 95440 Bayreuth
Vereinsregistereintrag: Amtsgericht Bayreuth: Nr. 1393